

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jejaring sosial dan media sosial bisa dikatakan sama, secara garis besar yang mengacu pada system yang terkoneksi dengan banyak orang atau pengguna tanpa terhalang waktu.¹ Media sosial juga dapat dikatakan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis Web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.² Pada April 2017, tercatat oleh situs youthmanual.com, bahwa terdapat 2.907 pengguna internet dari 7.497 jumlah populasi di dunia.³

Media sosial menjadi media yang sangat diminati dilihat dari data di atas, media sosial adalah salah satu media yang mudah digunakan untuk siapa saja. Hal ini diperkuat dengan pengertian dari media sosial yaitu sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Banyak contoh yang dikategorikan sebagai media sosial, media sosial juga bisa disebut dengan dunia virtual atau jejaring sosial.

¹ Internet. "Perbedaan Media Sosial dan Jejaring Sosial". Merdeka.com diakses pada April 2019.

² Sungeng, Anang Cahyono. 2016. "*Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*" dalam *Publiciana*. VOL.9 No. 1 Hal. 142.

³ Internet. "Data Pengguna Internet Pada Tahun 2017". ". www.kominfo.go.id. Diakses pada Agustus 2018.

Menurut data dari Kominfo, pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta pengguna, dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.⁴

Salah satu contoh dari media sosial adalah Twitter. Twitter merupakan sebuah situs layanan *microblogging* yang penggunanya dapat mengirim dan membaca status terbaru seseorang.⁵ Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di internet.

Menurut pengertian yang dijelaskan langsung dari web resmi Twitter, Twitter adalah layanan bagi teman, keluarga, dan teman sekerja untuk berkomunikasi dan tetap terhubung melalui pertukaran pesan yang cepat dan sering. Dimana para pengguna biasanya memposting *tweet* yang berisikan foto, video, tautan atau teks. Menggunakan Twitter terbilang cukup mudah, bagaimana para pengguna hanya membutuhkan internet untuk mengakses layanan Twitter secara lancar. Pengguna juga bisa mengakses Twitter melalui ponsel, laptop atau komputer yang terakses oleh internet.

⁴ Internet. "Data Pengguna Internet di Indonesia". www.kominfo.go.id. Diakses pada agustus 2018.

⁵ Adi, Arista Prasetyo Sanjaya, Ridwan. 2019. *Panduan Cepat Menguasai Twitter*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Hal. 1.

Pengguna Twitter berdasarkan PT. Bakrie Telecom, memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global. Twitter menjadi salah satu jejaring sosial paling besar di dunia, sehingga mampu meraup keuntungan mencapai 145 juta USD.⁶ Untuk dapat beraktifitas di aplikasi Twitter, seseorang harus memiliki akun Twitter terlebih dahulu. Biasanya tampilan dari akun tersebut terdapat nama, *username* atau nama pengguna, foto dan juga bio yang biasanya diisi dengan mendeskripsikan tentang siapa yang memiliki akun tersebut.



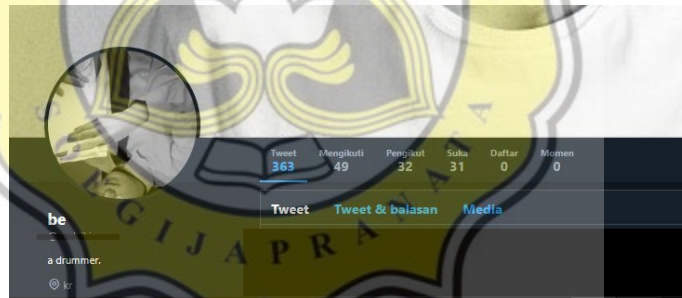
Gambar 1.1 Contoh dari *Personal Account*
Sumber: Akun Personal Penulis

Pada contoh **Gambar 1.1**. Tampilan identitas tersebut bertujuan untuk memberitahu identitas atau siapa pemilik akun tersebut. Namun dari banyaknya pengguna Twitter, terdapat pula akun pseudonim. Pseudonim menurut KBBI adalah nomina atau kata benda yang artinya, nama yang digunakan seseorang, seperti penulis, atau pengarang yang bertujuan untuk menyembunyikan identitas

⁶ Internet. "Data Pengguna Internet di Indonesia" www.kominfo.go.id Diakses pada Agustus 2018.

sebenarnya. Dan *Cyberaccount* adalah salah satu yang masuk dalam kategori atau label untuk pengguna di balik akun pseudonim. *Cyberaccount* awalnya bernama *rant account*, dimana menurut vocabulary, *rant come from the dutch ranten, "to talk no sense". Rave is a close synonym – in fact to ran and rave is popular expression, when rant is used as a noun, it means something like tirade.*⁷

Penggunaan kata *cyber* pada kata *Cyberaccount* mungkin akan mengacu pada akun yang berada di dunia *cyber*. Namun makna yang dimaksud bukan kata per kata. Melainkan bagaimana para pemilik akun tersebut memaknai makna dalam proses komunikasi.⁸



Gambar 1.2. Contoh dari *Cyberaccount*
Sumber: akun anonymous

Pengguna *cyberaccount* dapat bertemu atau berkomunikasi dengan sesama melalui sebuah *autobase* atau akun otomatis, yang dimana akun tersebut akan

⁷ Internet. www.vocabulary.com/rant diakses pada Desember 2018.

⁸ Syam, Raina Islamita & Maryani, Anne. 2019. Fenomena Pseudonim di Twitter (Studi Fenomenologi Instruksi Identitas *Cyberaccount* di Twitter) dalam Karyailmiah Unisba. Vol. 5 Hal. 358

mengirimkan cuitan atau *tweet* yang dikirim oleh orang lain melalui pesan langsung atau bahasa Twitternya adalah *direct message*. Pengguna *cyberaccount* akan berinteraksi dengan teman atau *mutual* mereka melalui *mention* atau *direct messages*, yang dimana interaksi tersebut adalah komunikasi interpersonal.

Autobase adalah sebuah akun yang dimana semua isi dari lini masanya di unggah atau dikirim oleh orang lain, dengan menggunakan format yang telah ditentukan oleh akun tersebut.



Gambar 1.3. Contoh dari akun *Autobase*
Sumber: Akun @askmenfess dan @rlthingy

Pada gambar sebelumnya terdapat dua akun *autobase* yang memiliki pengikut terbilang cukup banyak. @askmenfess dan @rlthingy adalah akun otomatis yang biasa digunakan untuk mencari teman di dunia Twitter. Dimana para *cyberaccount* yang akan menggunakan layanan tersebut untuk mencari teman sesama *cyberaccount*.

Seorang komunikator dapat dikatakan berhasil atau tidak dalam melakukan sebuah komunikasi dapat dilihat dari seberapa efektifnya tujuan yang ia sampaikan atau kata ke lawan bicaranya. Bahkan jika suatu pesan tidak dapat dimengerti, maka penerima tidak meyakini bahwa informasi yang dikatakan benar.⁹

Dalam proses komunikasi, *cyberaccount* bertindak sebagai komunikator yang menyampaikan pesan melalui *autobase* sebagai medianya. *Autobase* akan mengirimkan pesan secara langsung terkirim di lini masa @askmenfess atau @rlthing, tergantung dimana komunikator menggunakannya. Sedangkan para *followers* dari *autobase* bertindak sebagai penerima pesan atau dalam proses komunikasi disebut sebagai komunikan yang kemudian dapat memberikan respon dalam bentuk *reply*. Namun jika tidak berhasil atau tidak ada yang merespon mungkin bisa dilihat kembali mungkin ada kesalahan ketika mengirim isi pesan. Maka

⁹ Novianti,Evi. 2019. *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: PT. Andi Offset. Hal. 2

itu bisa dijadikan sebuah evaluasi untuk seorang komunikator, bahwa apa yang disampaikan efektif atau tidak juga berhasil atau tidak.

Komunikasi interpersonal adalah sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.¹⁰ Di dalam prinsip dari komunikasi interpersonal, terdapat istilah transaksional, dimana terdapat sebuah proses yang disebut pemutaran, dimana individu tidak hanya menjadi penerima pesan dari elemen komunikasi yang ada.

Sebagaimana konsep diri adalah sebuah pemahaman tentang diri sendiri yang timbul akibat interaksi dengan orang lain. Konsep diri merupakan faktor yang menentukan dalam komunikasi kita dengan orang lain. Konsep diri adalah pajangan dan perasaan tentang diri kita, persepsi tentang diri ini bisa bersifat psikologis, sosial dan fisik.¹¹

Di dalam konsep diri, terdapat istilah *looking-glass-self*, yang dimana seakan terdapat cermin di depan kita. Pertama, membayangkan diri kita dilihat oleh orang

¹⁰ Anwar, Khairil & Saleh, Rahmat. 2018. Komunikasi Interpersonal Mahasiswa pada Media Sosial Facebook. Dalam *Jim Unsyiah*. Vol. 3 No.1 Hal. 469

¹¹ Rakmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda. Hal 98.

lain. Kedua, membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilan pada diri sendiri. Dan ketiga, akan ada perasaan bangga atau kecewa.¹²

Sebuah konsep diri dapat berubah karena adanya beberapa pengaruh terhadap diri sendiri, adapula salah satunya adalah dengan adanya interaksi dapat mempengaruhi konsep diri seseorang. Terdapat empat macam interaksi yang dapat merubah konsep diri seseorang yaitu interaksi simbolik, konstruksi sosial diri, konstruksi emosi dan penyajian diri.¹³

Alasan penulis tertarik untuk mengangkat *cyberaccount* dan konsep diri sebagai topik penelitian adalah bagaimana sebuah interaksi dengan seseorang tanpa mengetahui siapa lawan bicaranya atau bagaimana sosok lawan bicaranya, bisa menjadi sebuah interaksi yang dapat membentuk sebuah konsep diri seseorang. Seperti yang sudah penulis katakan sebelumnya, bagaimana *cyberaccount* adalah sebuah akun yang pemiliknya sama sekali tidak mencantumkan identitas dirinya namun tetap dapat saling berinteraksi.

¹² Zaman, Saeful & Solichin, Moch Jusuf. 2015. *Knowing The Best Of You*. Jakarta: PT. Lintas Kata. Hal 67.

¹³ Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)* Bogor: Ghalia Indonesia. Hal 74.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan permasalahannya adalah “Bagaimana interaksi pada akun pseudonim (*cyberaccount*) di media sosial Twitter membentuk konsep diri bagi penggunanya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa sebuah konsep diri dapat terbentuk dengan adanya interaksi di media sosial Twitter oleh pengguna akun pseudonim (*cyberaccount*).

1.4 Kegunaan Penelitian

- a. Teoritis: Diharapkan dapat menjadi rujukan dan kajian dalam bidang ilmu komunikasi yang mempelajari tentang psikologi komunikasi, sebagai salah satu mata kuliah di bidang ilmu komunikasi.
- b. Praktis: Diharapkan dapat menjadi pengembangan disiplin ilmu dan menjadi refensi bidang akademik khususnya mempelajari pembentukan konsep diri bagi pengguna *cyberaccount*

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dibutuhkan agar nantinya pembaca dapat dengan mudah memahami apa yang penulis ingin sampaikan pada penelitian dalam bentuk tulisan. Penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu Bab I, BAB II, BAB III, BAB IV dan yang terakhir adalah BAB V.

Pada **BAB I**, penulis menjelaskan latar belakang penelitian mengenai media sosial, Twitter dan juga menjelaskan beberapa akun yang ada pada Twitter dan mengenai konsep diri. Selanjutnya, penulis merumuskan suatu permasalahan. Setelahnya, penulis juga menjelaskan tujuan penelitian untuk memberitahu bagaimana pentingnya penelitian mengenai konsep diri dan juga media sosial ini. Pada BAB ini, terdapat pula kerangka berpikir dan ada pula penelitian terdahulu yang menjadi titik penting pada BAB ini.

Pada **BAB II**, terdapat landasan teori, yang dimana akan memberikan penjabaran bahwa penulis akan menggunakan teori apa saja, guna membantu melakukan penelitian dan untuk mengolah data nantinya. Pada BAB ini akan dijelaskan teori apa saja yang akan digunakan seperti teori konsep diri, komunikasi interpersonal, interaksi dan juga Twitter.

Pada **BAB III**, ini adalah BAB tentang metodologi penelitian, penelitian akan membahas tentang bagaimana nantinya peneliti mendapatkan data lalu mengolah

datanya. Pada BAB ini, peneliti juga memberikan penjelasan mengenai pendekatan dan metode penelitian yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

Pada **BAB IV**, Penulis akan menuliskan pembahasan dari penelitian yang dilakukan. Peneliti akan membahas bagaimana pengguna *cyberaccount* saling berinteraksi di media sosial Twitter. Dimulai dengan membahas apa itu *cyberaccount* dan apa yang membedakan dengan akun lain yang ada di Twitter. Kemudian penulis akan membahas tentang bagaimana sebuah interaksi yang terjadi pada sesama *cyberaccount* dapat membentuk sebuah konsep diri seseorang. Kemudian BAB ini akan ditutup dengan membahas kilas postingan yang ada pada profil dan *timeline* penggunanya. Hasil penelitian dari observasi dan juga wawancara dengan pengguna juga akan dibahas pada BAB ini.

Dan yang terakhir adalah **BAB V**, akan dijelaskan penarikan kesimpulan dan juga saran yang diberikan oleh peneliti melalui penelitian yang sudah dilakukan. Isi kesimpulannya adalah yang telah dibahas dalam BAB sebelumnya yaitu BAB pembahasan, sehingga tidak memunculkan pertanyaan secara tiba-tiba. Dan pada BAB ini pula, peneliti akan memberikan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

1.6 Waktu Penelitian

Adapun waktu yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 0.1. Waktu Penelitian

Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb-Jun	Jul-Sept	Okt	Nov	Des-Mar	April
Pengajuan Judul												
	Penyusunan Proposal											
			Seminar Proposal									
				Revisi Proposal								
					Pengumpulan Data							
							Analisis Data					
								Penulisan Laporan				
												Sidang Skripsi